

**PENGARUH FASILITAS, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SALON  
PERAWATAN KECANTIKAN FLAURENT SETURAN YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**THASYA ISABELLA**

**11170295**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Thasya Isabella  
NIM : 11170295  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Perawatan Kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 01 Juli 2021

Yang menyatakan



(Thasya Isabella)  
NIM. 11170295

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat**

**Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen**



**DISUSUN OLEH:**

**THASYA ISABELLA**

**11170295**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Pada Salon Perawatan Kecantikan Flaurent Seturan  
Yogyakarta**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**THASYA ISABELLA**

**11170295**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen Pada tanggal 17 Juni 2021

Nama Dosen	Tanda Tangan
1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min (Ketua Tim Penguji)	
2. Jonathan Herdioko, SE., MM (Dosen Penguji)	
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl.Secr., MM (Dosen Penguji)	
4. Dr. Singgih Santoso, MM (Dosen Pembimbing)	

Yogyakarta, 25 Juni 2021

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.



Drs. Sisnuhadi, MBA.,

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH FASILITAS, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SALON PERAWATAN KECANTIKAN FLAURENT SETURAN YOGYAKARTA”**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Jika di kemudian hari didapati bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 24 Mei 2021.....



Thasya Isabela

(11170295)

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH FASILITAS, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SALON PERAWATAN KECANTIKAN FLAURENT YOGYAKARTA”**.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Oleh sebab itu, Penulis menyadari bahwa penulisan dari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Sangatlah sulit untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis sangat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Teristimewa untuk kedua orang tua dan kedua adik penulis yang telah memberikan bantuan dukungan baik material dan moral.
5. David Darlon Batkyes yang telah selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
6. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis baik dalam memberikan doa, motivasi, semangat, dan semangat. Semoga Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 24 Mei 2021

Penulis



Thasya Isabella

(11170295)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Komponen dan Tautan.....	8
1.2.1 Hubungan Antara Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan.....	8
1.2.2 Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	8
1.2.3 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	9
1.2.4 Hubungan Antara Fasilitas, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kontribusi Penelitian.....	11

1.6	Batasan Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>		<b>14</b>
2.1	Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.1	Pemasaran Jasa.....	15
2.2	Fasilitas.....	17
2.2.1	Definisi Fasilitas.....	17
2.2.2	Faktor-faktor yang Berpengaruh dalam Fasilitas Jasa.....	17
2.2.3	Indikator-Indikator Fasilitas.....	19
2.3	Persepsi Harga.....	20
2.3.1	Definisi Persepsi Harga.....	20
2.3.2	Strategi Penetapan Harga.....	21
2.3.3	Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.3.4	Indikator-Indikator Persepsi Harga.....	23
2.4	Kualitas Pelayanan.....	24
2.4.1	Definisi Kualitas Pelayanan.....	24
2.4.2	Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan.....	25
2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	27
2.4.4	Manfaat Kualitas Pelayanan.....	27
2.5	Kepuasan Pelanggan.....	29
2.5.1	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	29
2.5.2	Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan.....	30
2.5.3	Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	31
2.5.4	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	33
2.5.5	Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan.....	34
2.5.6	Strategi Kepuasan Pelanggan.....	35
2.6	Penelitian Terdahulu.....	37
2.7	Kerangka Penelitian.....	40

2.8	Hipotesis Penelitian.....	41
2.8.1	Hubungan Antara Fasilitas Dengan Kepuasan Pelanggan.....	41
2.8.2	Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan..	42
2.8.3	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan .....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Data dan Sumber.....	44
3.1.1	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.2	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	47
3.2.1	Definisi Operasional.....	47
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	48
3.3	Metode Analisis Data.....	49
3.3.1	Uji Validitas.....	49
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.3.3	Analisis Deskriptif.....	51
3.3.4	Analisis Linier Berganda.....	51
3.3.5	Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	52
3.3.6	Uji F.....	53
3.3.1	Uji t.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Sampel Penelitian.....	55
4.2	Statistik Deskriptif.....	56
4.2.1	Uji Validitas.....	57
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.2.3	Perhitungan Profil Responden.....	60
4.2.4	Kesimpulan dari Hasil Perhitungan Profil Responden.....	63

4.3	Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
4.3.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
4.3.3	Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	66
4.3.3	Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	67
4.4	Pembahasan.....	70
4.4.1	Pengaruh Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.4.2	Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.4.3	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
BAB V PENUTUP.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.1.1	Hasil Analisis Profil Konsumen.....	73
5.1.2	Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	73
5.1.3	Hasil Analisis Uji F.....	74
5.1.4	Hasil Analisis Uji t.....	74
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3	Saran.....	75
5.3.1	Saran Bagi Perusahaan.....	75
5.3.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN.....		81

**”PENGARUH FASILITAS, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SALON  
PERAWATAN KECANTIKAN FLAURENT SETURAN YOGYAKARTA”**

**THASYA ISABELLA**

**11170295**

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

E-mail: **thasya.isabella22@gmail.com**

**ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan. Sedangkan untuk variabel terikat adalah kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Penentuan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu pengunjung yang pernah datang untuk melakukan perawatan minimal 1 (satu) kali di salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta dalam 2 (dua) bulan terakhir. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden.

Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan sebesar 69,4% terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebanyak 30,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Melalui uji regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta secara parsial, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima. Variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

***Kata kunci: Fasilitas, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.***

**"THE INFLUENCE OF FACILITIES, PRICE PERCEPTION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN SETURAN FLAURENT BEAUTY SALON YOGYAKARTA"**

**THASYA ISABELLA**

**11170295**

*Management Study Program, Faculty of Business*

*Duta Wacana Christian University*

E-mail: **thasya.isabella22@gmail.com**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of facilities, price perception, and service quality on customer satisfaction in the treatment of beauty salon Flaurent Seturan Yogyakarta. This research is included in quantitative research. In this study, there are independent variables and dependent variables. The independent variables are facilities, price perception, and service quality. As for the dependent variable is customer satisfaction.

The population in this study were visitors to the beauty care salon Flaurent Seturan Yogyakarta. Determination of the sample in this study using non-probability sampling method, with purposive sampling technique, namely visitors who have come for treatment at least 1 (one) time at the beauty care salon Flaurent Seturan Yogyakarta in the last 2 (two) months. While the sample in this study were 100 (one hundred) respondents.

This conclusion is based on the results of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) which shows that the independent variables are the independent variables, namely facilities, price perception, and service quality of 69.4% to the variables that connect customer satisfaction while the remaining 30.6% is by other variables not examined. Through multiple linear regression test, it can be argued that the facilities have a significant effect on customer satisfaction at the beauty care salon of Seturan Yogyakarta partially, thus, this research hypothesis is accepted. The price variable has a partially significant effect on customer satisfaction at the beauty care salon Seturan Seturan Yogyakarta, thus this research hypothesis is accepted. Service quality variable has a significant effect on customer satisfaction at the beauty care salon Seturan Seturan Yogyakarta partially, thus this research hypothesis is accepted.

***Keywords: Facilities, Price Perception, Service Quality, Customer Satisfaction.***

©UKDW

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Situasi pandemic Covid-19 terjadi di berbagai belahan dunia sehingga menimbulkan resiko perekonomian dunia menjadi tidak stabil. Dampak yang cukup jelas signifikan dari adanya pandemi *Covid-19* ini yaitu terjadinya banyak penurunan omset di beberapa usaha. Hal ini termasuk dalam salah satu permasalahan yang cukup serius bagi seluruh negara. Daya tarik atau beli pelanggan juga semakin menurun karena keterbatasannya ekonomi yang dimiliki.

Keadaan ini dianggap sebagai keadaan yang sulit untuk membuka bisnis baru. Pebisnis harus tepat mencari suatu bisnis yang dianggap sesuai dengan bakat dan kemampuan pebisnis agar usaha tersebut dalam berjalan secara berkelanjutan. Tidak hanya itu, para pelaku bisnis harus mencari ide dan inovasi yang terbaik bagi usaha yang akan mereka jalankan sehingga dapat menarik minat dan daya beli pelanggan.

Membuka usaha dalam bidang jasa salon termasuk salah satu bisnis yang dapat dianggap sebagai bisnis jangka Panjang. Hal ini didasari karena kebutuhan banyak wanita yang ingin melakukan perawatan fisik karena perawatan dianggap sangat penting untuk menjaga kecantikan. Saat ini, salon juga bukan hanya diperlukan oleh wanita, namun para pria juga membutuhkan perawatan untuk kebutuhan dirinya agar terlihat lebih maksimal. Alasan ini juga dapat dianggap salah satu peluang bisnis yang besar bagi para pebisnis yang ada di kota Yogyakarta. Jasa salon dapat dijadikan ladang bisnis yang menguntungkan, beberapa pebisnis menilai jasa bisnis salon akan berkembang. Untuk saat ini, jasa

salon termasuk salah satu kebutuhan yang harus terpenuhi sebagai tempat perawatan dan kecantikan tubuh untuk pria maupun wanita. Hal tersebut merupakan salah satu alasan untuk melakukan penelitian dengan obyek salon dimasa pandemic seperti saat ini.

Beberapa tahun silam, jasa perawatan salon hanya menawarkan khusus untuk jasa perawatan rambut saja, contohnya seperti *rebonding*, cat warna rambut, dan keriting. Namun, semakin berkembangnya jaman usaha jasa salon melebarkan sayapnya dengan menawarkan perawatan lengkap untuk wajah dan tubuh. Selain itu, jasa salon juga tidak hanya menawarkan perawatan wajah dan tubuh saja melainkan sudah membuka untuk penyewaan baju untuk beberapa moment penting seperti wisuda, pernikahan, festival, dan lain sebagainya.

Salon Laurent merupakan salon khusus untuk wanita yang memiliki tagline "*One Stop Beauty Salon*". Lokasi salon Laurent berada di 7 wilayah Yogyakarta yaitu di Seturan, Paingan, Beo, Timoho, Jln. Kaliurang, Kotabaru, dan Sagan dengan memiliki rata-rata 30 hingga 50 kapster dan staff pada tiap cabang. Jam operasional salon Laurent sendiri yaitu buka jam 09.00 WIB hingga tutup jam 18.00 WIB. Salon perawatan kecantikan Laurent termasuk salah satu salon yang sudah lama berdiri dengan tingkat minat pelanggan yang cukup tinggi. Penelitian ini memilih lokasi penelitian di salon perawatan kecantikan Laurent Seturan Yogyakarta karena cabang Seturan merupakan salah satu lokasi dengan luas bangunan yang lebih luas dibanding dengan salon Laurent cabang lainnya. Selain itu, salon perawatan kecantikan Laurent Seturan Yogyakarta berada ditengah titik keramaian dimana daerah Seturan termasuk wilayah padat penduduk dan juga terdapat kos maupun kontrakan yang dihuni oleh para mahasiswi rantau. Mahasiswi

biasanya senang untuk mengunjungi suatu tempat yang memiliki fasilitas layak pakai, harga terjangkau, serta kualitas pelayanan terbaik. Selain mahasiwi, masih banyak pelanggan yang datang untuk melakukan perawatan seperti ibu rumah tangga, karyawan atau pegawai negeri sipil, dan lainnya.

Sebelum pandemic *covid-19*, salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta, sering dipenuhi oleh para pelanggan setiap harinya yang ingin meremajakan rambut dan tubuhnya. Beberapa contoh perawatan yang tersedia seperti *body spa, creambath, hair mask, colouring, smoothing, facial, totok wajah, manicure, pedicure*, dan lain-lain. Salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan juga menyediakan beberapa paket perawatan dengan harga yang terjangkau, seperti *paket keratin, paket weekend, paket RAE 1, paket RAE 2, paket mini, bride spa, dan snow white*. Dimasa pandemi seperti saat ini, pihak salon hanya melayani pelanggan yang sudah melakukan reservasi melalui kontak nomor telepon yang sudah tertera di halaman Instagram salon Flaurent. Hal ini disebabkan karena adanya pembatasan kuota pelanggan untuk treatment mengikuti arahan protokol kesehatan yang sudah ada. Cara seperti ini juga dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan tenang saat melakukan treatment dalam kondisi seperti saat ini. Salon Flaurent sudah banyak dikenal oleh masyarakat Yogyakarta maupun luar Yogyakarta. Selain masyarakat Wanita Yogyakarta, banyak pelanggan dari luar Yogyakarta yang datang menyempatkan diri untuk melakukan perawatan di salon Flaurent ketika berlibur di kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta memiliki paket perawatan yang lengkap dan harga berbanding sama dengan kualitas pelayanan sangat maksimal sehingga mampu bersaing dengan beberapa salon ternama lainnya.

Walaupun dimasa pandemic seperti saat ini, banyak pelanggan yang menggunakan jasa salon untuk menjaga dan merawat seluruh tubuhnya. Selain itu, pada masa seperti ini juga pihak salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan selalu memperhatikan protokol kesehatan yang sudah termasuk dalam penetapan pemerintah misalnya dengan pemberlakuan *physical distancing* atau adanya jarak antara pelanggan satu dengan lainnya ketika melakukan perawatan. Kemudian para kapsters yang menangani perawatan pelanggan juga memakai APD (Alat Pelindung Diri) dengan lengkap, seperti cap rambut, sarung tangan, masker, dan face shield yang digunakan hanya satu kali saja. Untuk sarung tangan yang digunakan oleh para kapster juga berbeda ketika melayani pelanggan satu dengan lainnya. Kemudian alat-alat yang digunakan untuk perawatan juga dilakukan sterilisasi terlebih dahulu ketika hendak diaplikasikan ke pelanggan, terlebih khusus untuk alat yang digunakan ke bagian wajah pelanggan misalnya ketika pelanggan memilih jenis perawatan wajah. Namun, semua alat yang digunakan baik yang diaplikasikan ke wajah, rambut, maupun tubuh pelanggan tentunya harus melewati proses sterilisasi terlebih dahulu untuk menjaga kebersihannya. Sterilisasi yang dilakukan menggunakan kotak khusus dengan bahan besi dan alat didiamkan selama satu jam di dalam kotak besi tersebut. Dengan cara seperti inilah yang akan menjadi sebuah keunggulan yang dimiliki oleh salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta agar tetap dapat melayani para pelanggan di masa pandemi *Covid-19*.

Dengan banyaknya pesaing usaha jasa salon yang begitu sangat ketat, para pebisnis harus selalu melakukan inovasi untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh para pelanggan. Dalam mendirikan suatu usaha jasa, pelanggan memiliki peran penting untuk menjaga usaha tersebut agar tetap selalu berjalan.

Guna mempertahankan kepuasan pelanggan, maka pihak pengelola jasa harus menyediakan fasilitas yang memadai, persepsi harga yang berimbang dengan hasil yang diperoleh, serta memberikan kualitas dalam pelayanan terbaik guna memenuhi tingkat kepuasan pelanggan dimasa pandemi *Covid-19*. Pihak pengelola harus pintar mengatur segala strategi agar pelanggan tidak berpindah ke jasa pesaing lainnya.

Berbagai faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen yakni antara lain dengan tersedianya fasilitas yang sepadan, contohnya yaitu fasilitas nyaman dan bersih. Dengan kata lain, bersih yang dimaksud adalah alat yang digunakan saat perawatan selalu dibersihkan. Di masa pandemi seperti ini, pelanggan selalu memprioritaskan kebersihan. Jika alat yang digunakan pihak salon menggunakan alat yang bersih, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Selain itu, ruang ganti pakaian, ruang treatment, dan ruang tunggu juga perlu diperhatikan kebersihannya. Tersedianya keranjang sampah di area yang mudah dijangkau maka akan membuat pelanggan sadar bahwa membuang sampah harus pada tempatnya dan kebersihan lainnya pun dijaga oleh petugas kebersihan salon agar ruangan atau fasilitas yang tersedia selalu bersih dan wangi. Lahan parkir yang luas dan aman juga merupakan salah satu faktor pendukung. Dengan adanya lahan parkir mobil dan motor yang luas maka pelanggan akan merasa sangat nyaman ketika membawa kendaraan pribadi. Tersedianya wastafel atau hand sanitizer juga merupakan salah satu nilai tambah yang dimiliki oleh salon perawatan kecantikan *Flaurent Seturan Yogyakarta*.

Pelanggan memiliki banyak persepsi harga untuk dijadikan sebagai standar ketika memilih suatu jenis jasa maupun produk yang diinginkan. Kotler dan

Amstrong (2008) menjelaskan persepsi harga ialah nilai yang terdapat dalam sebuah harga yang berkaitan dengan manfaat dalam mempunyai atau menggunakan sebuah barang maupun layanan. Untuk itu, persepsi harga yang disukai pelanggan salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta dengan membandingkan suatu harga yang dikeluarkan sepadan dengan manfaat yang diperoleh bagi pelanggan ketika melakukan perawatan di jasa perawatan salon tersebut. Persepsi harga termasuk dalam salah satu faktor penting untuk mengukur kepuasan pelanggan pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Misalnya dengan memberikan harga yang terjangkau dengan manfaat perawatan yang seimbang.

Pelanggan tentunya merasakan kepuasan jika pemberian pelayanan oleh perusahaan sudah sama dengan ekspektasi pelanggan. Tentunya perusahaan yang termasuk dalam bidang pelayanan jasa, khususnya jasa salon kecantikan, salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta menganggap pelayanan yang berkualitas sebagai hal yang paling penting. Menempatkan kepuasan pelanggan pada urutan pertama dalam strategi perusahaan merupakan faktor yang paling penting bagi salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta karena kepuasan pelanggan adalah sebagai nilai tambah bagi sebuah organisasi.

Kepuasan pelanggan tentunya sangat memengaruhi kemajuan suatu perusahaan itu sendiri. Usaha maupun biaya untuk menarik konsumen baru tentunya akan lebih tinggi daripada dengan mempertahankan konsumen. Perusahaan akan menerima kerugian jika perusahaan tersebut kehilangan para pelanggannya. Tingkat kepuasan pelanggan adalah salah satu nilai paling besar yang akan diperoleh perusahaan.

Kualitas pelayanan yang terbaik tentunya akan menambah kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan termasuk dalam nilai penting di dalam suatu perusahaan jasa, seperti salon kecantikan. Dengan adanya kepuasan dari pelanggan, salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta mampu bersaing dengan salon lainnya ketika sudah karena pastinya pelanggan tidak mungkin berpindah ketika diberikan kualitas pelayanan yang terbaik oleh salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Selain luas bangunan yang lebih besar dibanding salon Flaurent cabang lainnya, alasan peneliti memilih salon kecantikan Flaurent Seturan sebagai objek penelitian adalah karena salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta memberikan tempat perawatan yang nyaman, bersih, dan fasilitas yang tersedia juga menerapkan protokol covid-19 seperti pembatasan perawatan bagi pelanggan dengan melakukan reservasi ketika ingin melakukan perawatan sehingga pelanggan yang berada dalam satu ruangan tetap kondusif dan tetap melakukan *physical distancing* dengan pelanggan maupun terapis lainnya. Kemudian, persepsi harga perawatan yang relatif terjangkau untuk kalangan masyarakat hingga para pelajar atau mahasiswi. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak salon seperti penggunaan APD (Alat Pelindung Diri) yang digunakan terapis, keramahan, kesabaran, dan profesional dari para pegawai dalam melakukan perawatan merupakan nilai tambah tersendiri bagi para pelanggan. Hasil yang didapat setelah treatment sangat memuaskan ditambah dengan harga yang relatif cukup terjangkau, maka hal ini yang menjadikan para pelanggan selalu datang kembali ke salon Flaurent Seturan. Semakin baik fasilitas yang disediakan, persepsi harga yang terjangkau dan sesuai manfaat yang diterima, serta kualitas pelayanan yang terbaik maka tingkat kepuasan pelanggan tentu akan meningkat.

Jika suatu perusahaan hanya menjalankan usaha tanpa mementingkan tingkat kepuasan pelanggan, maka usaha tersebut tidak dapat bertahan secara terus-menerus.

Dari penjabaran latar belakang tersebut, maka penulis merasa sangat tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Perawatan Kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta”**.

## **1.2 Komponen dan Tautan**

### **1.2.1 Hubungan Antara Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan**

Dalam suatu usaha jasa seperti jasa salon tentunya memiliki fasilitas yang disediakan oleh pihak salon, kemudian fasilitas tersebut harus memadai agar meningkatkan kepuasan para pelanggan. Beberapa pelanggan menilai melalui fasilitas-fasilitas yang perusahaan berikan guna mencukupi kebutuhannya. Jika salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan menyediakan fasilitas yang semakin baik maka tentunya rasa puas pelanggan akan semakin meningkat.

Pendapat dari Tjiptono (2014:184) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang wajib ada sebelum sebuah layanan bisa ditawarkan kepada konsumennya. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai fasilitas yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Jika fasilitas menarik, tentu akan memuaskan pelanggan.

### **1.2.2 Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan**

Persepsi harga termasuk juga dalam salah satu tolak ukur bagi pelanggan ketika ingin menggunakan suatu jasa tertentu. Pelanggan cenderung lebih memilih menggunakan jasa yang memiliki tingkat harga yang sangat terjangkau dibanding

dengan harga yang cukup tinggi. Sebelum menggunakan jasa tersebut, banyak pelanggan yang membuat perbandingan terhadap harga suatu jasa dengan jasa yang lainnya.

Menurut Kotler (2001) harga merupakan keseluruhan biaya yang dibayarkan atas berbagai manfaat yang ditawarkan agar bisa mempergunakan produknya. Berdasarkan pengertian diatas, harga merupakan salah satu nilai penting untuk memuaskan hati pelanggan. Selain itu, persepsi harga yang sesuai dengan manfaat yang didapatkan dan persepsi harga yang terjangkau bagi pelanggan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap pelanggan.

### **1.2.3 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan termasuk dalam salah satu hal terpenting dalam perusahaan jasa. Jika tingkat kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka akan menimbulkan rasa senang bagi pelanggan. Namun sebaliknya, apabila layanan yang diberikan tidak maksimal, maka hal ini dapat menimbulkan rasa kekecewaan terhadap pelanggan.

Pendapat dari Tjiptono (2012: 157) menjelaskan jika kualitas pelayanan jasa ialah tingkat kelebihan yang diharapkan dan pengendalian atas taraf kelebihannya untuk memenuhi hasrat pelanggannya. Berdasarkan pengertian diatas mengenai kualitas pelayanan merupakan hal yang diharapkan oleh pelanggan yaitu perusahaan tersebut dapat bisa mencukupi kebutuhan dan hasrat pelanggannya. Jika kualitas yang diberikan sudah sejalan dengan kebutuhan pelanggan dan memberikan kualitas yang terbaik, maka hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

#### **1.2.4 Hubungan Antara Fasilitas, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan**

Salon kecantikan Flaurent merupakan salah satu yang cukup dikenal di masyarakat sekitar Yogyakarta. Bahkan, untuk masyarakat luar Yogyakarta pun cukup mengenal salon kecantikan tersebut. Oleh sebab itu, selain warga setempat pelanggan salon Flaurent berasal dari kota-kota besar. Salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta juga memiliki fasilitas yang sangat memadai, mengikuti perkembangan jaman, dan tentunya fasilitas yang tersedia sudah menerapkan protokol *covid-19*. Persepsi harga yang ditawarkan oleh pihak salon pun terjangkau dan yang sesuai dengan manfaat perawatan yang di dapat oleh pelanggan. Kemudian, kualitas pelayanan yang diberikan juga merupakan kualitas pelayanan yang maksimal didukung dengan para terapis yang hanal, professional, dan juga ramah. Hal ini adalah salah satu kunci dan amat menarik bagi pelanggan untuk melakukan perawatan di salon tersebut.

Peneliti mengambil variabel fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan karena dinilai cocok untuk dilakukan analisisnya mengingat pelanggan salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta berasal dari berbagai kalangan pekerjaan dan kalangan umur muda hingga umur lebih dari 33 tahun yang tentunya akan membantu peneliti untuk meneliti salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta.

#### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Apakah fasilitas pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Apakah persepsi harga pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan mempengaruhi kepuasan pelanggan?

3. Apakah kualitas pelayanan pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan mempengaruhi kepuasan pelanggan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh pemberian fasilitas dengan kepuasan pelanggan pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan.

2. Untuk menganalisis pengaruh penetapan harga dengan kepuasan pelanggan pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan.

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan.

#### **1.5 Kontribusi Penelitian**

Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dan bisa menjadi informasi tentang respon para pelanggan terhadap fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan pada salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Dengan hasil tersebut maka perusahaan dapat melakukan evaluasi untuk kemajuan perusahaan. Sehingga perusahaan akan lebih mudah untuk mengatur kebijakan dan strategi yang akan dilakukan untuk kedepannya. Informasi ini juga sangat penting untuk memperbaiki mutu pelayanan salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta dengan harapan sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Penelitian ini juga tentunya sangat bermanfaat bagi mahasiswa atau kalangan akademisi lainnya yang akan melakukan penelitian sejenis. Dengan adanya hasil dari penelitian ini, maka akan mempermudah untuk dijadikan sebagai

sumber referensi dan bahan studi untuk mahasiswa atau pihak akademis lainnya yang sedang melakukan penelitian yang sama.

Hasil keseluruhan dari penelitian ini juga merupakan hasil dari pengetahuan dan pengalaman yang telah didapat oleh penulis selama menimba ilmu di bangku kuliah. Disamping itu, hasil penelitian ini pun juga didapat dari gabungan berbagai penelitian terdahulu yang dijadikan oleh penulis sebagai sumber informasi dan sumber referensi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

## **1.6 Batasan Penelitian**

Supaya pembahasan dalam penelitian ini lebih terfokus, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Lokasi penelitian : Salon Perawatan Kecantikan Flaurent Khusus Wanita di Yogyakarta cabang Seturan.

2. Responden penelitian: Pelanggan Wanita yang ada di Yogyakarta, yang pernah melakukan perawatan minimum sekali dalam dua bulan terakhir.

3. Jumlah responden : 100 responden

2. Waktu penelitian : Bulan Februari 2021 – Bulan April 2021

3. Profil responden

Usia : 18 tahun – 55 tahun.

Status : Belum Menikah dan Sudah Menikah.

Pendidikan terakhir : SMA/SMK, Diploma, S-1, S-2, dan S-3

Pekerjaan/Profesi : Pelajar/Mahasiswi, Karyawan Swasta/PNS,

Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga, dan Lainnya.

Pengeluaran : Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000, Rp. 3.000.000 –  
Rp. 5.000.000, dan > dari Rp.5.000.000.

Intensitas berkunjung : 1 kali, 2 kali, dan > 3 kali.

©UKDW

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil analisis data 100 responden pengunjung salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

##### **5.1.1 Hasil Analisis Profil Konsumen**

Hasil yang diperoleh dari data yang sudah diolah dari 100 responden pengunjung salon kecantikan khusus wanita Flaurent Seturan Yogyakarta, yaitu pengunjung yang di dominasi kelompok usia 18-22 tahun sebesar 39% dengan status belum menikah sebesar 53%, kemudian rata-rata responden memiliki latar belakang pendidikan yaitu Sarjana (S1) sebesar 43%, lalu pekerjaan rata-rata responden yaitu pelajar atau mahasiswi sebesar 40%. Kemudian, reponden memiliki rata-rata pengeluaran per bulan sebesar > Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebesar 48%. Frekuensi berkunjung responden terbanyak yaitu sebanyak 1 (satu) kali dalam hitungan (1) satu bulan sebesar 45%.

##### **5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Berdasar pada hasil analisa regresi koefisien determinasi ( $R^2$ ) bisa ditarik kesimpulan jika variabel fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta.

### **5.1.3 Hasil Analisis Uji F**

Hasil pengujian F yang telah diuraikan pada Bab IV memperoleh hasil jika variabel fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta karena nilai probabilitas yang diperoleh sebesar 0,000.

### **5.1.4 Hasil Analisis Uji t**

Berdasar pada hasil pengujiannya secara serentak seluruh variabel penelitian yaitu fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi  $\leq 0.05$ . Oleh sebab itu, bisa ditarik kesimpulan jika fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan secara individual mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Objek penelitiannya hanya di salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta dengan melibatkan 100 responden yang pernah mengunjungi salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta.
2. Data yang didapatkan dari penelitian ini yakni dengan memakai angket, jadi datanya masih subjektif.
3. Variabel dalam penelitian ini sebatas mengkaji tentang fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sementara masih banyak variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan misalnya lokasi, suasana salon, promosi, keahlian kapster, dan lainnya.

### **5.3 Saran**

#### **5.3.1 Saran Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda yang dilaksanakan peneliti dalam penelitian ini tentang pengaruh fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta, maka saran yang bisa disampaikan kepada pihak salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan, fasilitas yang diberikan oleh pihak salon mempengaruhi dengan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Maka, pihak salon harus mempertahankan fasilitas yang terbaik bahkan meningkatkan agar menjadi lebih baik lagi, sehingga kepuasan pelanggan terhadap fasilitas yang disediakan di salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta semakin meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, persepsi harga yang ditawarkan oleh pihak salon mempengaruhi dengan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Maka, pihak salon harus mampu bersaing dengan jasa salon lainnya dengan memberikan harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan perawatan yang dilakukan, dan harga yang bervariasi, sehingga kepuasan pelanggan terhadap harga yang ditawarkan di salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta semakin meningkat.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kualitas pelayanan yang diberikan pihak salon mempengaruhi dengan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan pada salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta. Maka, pihak salon harus mempertahankan kualitas pelayanan yang terbaik seperti bersikap sopan terhadap pelanggan, menanggapi dengan cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan, memakai Alat Pelindung Diri (APD) *Covid-19*, dan agar menjadi lebih baik lagi, sehingga kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta semakin meningkat.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, variabel fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi dengan signifikan terhadap kepuasan pelanggan salon perawatan kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta baik secara serentak ataupun secara individual. Penelitian ini menunjukkan jika variabelnya tersebut perlu diperhatikan dan juga terus menerus mengalami peningkatan kepuasan pelanggan untuk kemajuan perusahaan di masa yang akan datang.

### **5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasar pada hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, maka ada berbagai saran yang bisa peneliti sampaikan untuk penelitian berikutnya untuk melengkapi serta membantu penelitian supaya semakin lebih baik, yakni sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menggunakan hasil penelitian ini bisa menjadi referensi dalam melaksanakan penelitiannya. Kemudian peneliti selanjutnya bisa memperdalam penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti lokasi, suasana salon, loyalitas pelanggan, promosi, keahlian kapster, dan lainnya.

2. Dalam pengumpulan data dapat ditambahkan dengan menggunakan metode wawancara dan melibatkan pelanggan salon kecantikan Flaurent Seturan Yogyakarta, sehingga hasil dari penelitian dapat lebih akurat.
3. Untuk point intensitas berkunjung dalam waktu 1 bulan terakhir pada lampiran kuesioner yang akan diisi oleh responden, sebaiknya memperbaiki pilihan jawaban dalam point tersebut yaitu 1 kali, 2 kali, dan >2 kali.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mansyur, Pane. (2017). Skripsi. “Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Halaman 1-208.
- Armstrong, Kotler (2015), *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition, England: Pearson Education, Inc.*
- Ari Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Volume 17*, Halaman 114-126.
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S. (2006). *Business research methods (11th ed.)*. New York: Mc GrawHill/Irwin.
- Fitzsimmons, (2006), *Pelayanan Barang dan Jasa*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002.
- Khusaini Ahmad. (2016). Analisis Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen di SPA Club Arena Yogyakarta, Tugas akhir, Jurusan Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 12. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks

- Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. & G. Armstrong. (2010). *Principles of Marketing. Thirteen Edition. Prentice Hall*, New Jersey.
- Kotler, P.; Armstrong, Gary. (2014). *Principle of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Amstrong. 2001. "*Prinsip-prinsip pemasaran*". Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, Indah Dwi. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-ASTRA Motor Siliwangi Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 1 Nomor 1 halaman 37-45
- Layaalin, Yineu Nur. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Studi Kasus pada Pelanggan Top 40 Family Karaoke Yogyakarta.
- Lee, Simon dan Lawson- Body, Assion. (2011). *Perceived Dynamic Pricing. Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Lorwens, Mathias Arnold. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Teduh Café Yogyakarta. p
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martha, Enggar Puspita. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Salon Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Flarent Salon Yogyakarta. Skripsi FE Universitas Negeri Yogyakarta. p.1-193.

- Onakoto, Teodora Delicha. (2009). Pengaruh Fasilitas, Tarif, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Perawatan Kecantikan Kasus Pada Perawatan Kecantikan Larisa Jln. C. Simanjuntak No. 78 Yogyakarta.
- Putranto, Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. Studi Kasus pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta.
- Sasono, E. (2013). KEPUASAN PELANGGAN: PETUNJUK PENTING UNTUK MEMBINA RELASI. Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis, 16.
- Selan, Rizath Widodo. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Keanekaragaman Tenant dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen di Lippo Plaza Jogja.
- Siburian, Wahyuni. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Di Perawang.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1998). *Manajemen Jasa*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip - Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi pemasaran, edisi kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Malang: Bayu Media Publishing